



Ovogodišnji EXIT je pored muzičkih zvezda i rekordne posećenosti obeležila i snažna društvena kampanja. EXIT je tako okupio vrhunske svetske eksperte iz oblasti brendiranja, organizacije festivala, produkcije u oblasti kreativnih industrija i uz snagu svoga brenda uticao na javno mnjenje i donosiocima odluka u tri ključna segmenta svoga delovanja: 1. brendiranje zemlje, 2. promocija pozitivnih uzora za mlade i 3. regionalno povezivanje kroz kreativne industrije i turizam.

Temu rebrendiranja zemlje EXIT je obeležio kroz organizaciju konferencije o nacionalnom brendiranju, koja je održana 10. jula na rođendan Nikole Tesle. Konferencija je okupila priznate svetske stručnjake na temu brendinga država i gradova, kao i donosiocima odluka u srpskom društvu. Kako je naveo Dušan Kovačević, osnivač EXIT festivala "cilj konferencije je da pokrene rešavanje ovog izuzetnog važnog pitanja, jer od imidža zemlje u velikoj meri zavisi i njen spoljnopolitički uticaj, kao i stepen stranih investicija": Zaključak konferencije je da je potrebno kreirati snažno javno-privatno partnerstvo kako bi objedinili svu snagu našeg društva i usmerili je ka rešavanju ovog problema.

Konferencija je sa namerom održana na rođendan Nikole Tesle, najvećeg domaćeg brenda ikada, jer je organizator hteo da pošalje poruku da sve ono što Tesla simboliše – obrazovanje, nauka, kultura, humanost – treba da budu ideali kojima naše društvo treba da teži. U skladu sa tim potpisan je i sporazum o saradnji Fakulteta tehničkih nauka novosadskog Univerziteta i EXIT-a, a vidljivi početak ove saradnje je bilo i Teslino čošće u okviru nove State of EXIT zone, smeštene na najvišem mestu tvrđave kao simboličnog Partenona festivala, kako bi, u sjaju muzičkog spektakla, društveno delovanje festivala postalo vidljivije i važnije u očima mnogobrojnih posetilaca festivala.

State of EXIT je kroz akciju "Youth heroes" promovisao i pozitivne uzore za mlade. Nagrađujući dolaskom na festival i konferenciju o nacionalnom (re)brendiranju najbolje srpske studente (300 stipendista Fonda za mlade talente), maturante koji su se odrekli kupovine odela za matursku proslavu u korist humanitarne akcije, dobrovoljne davaoocce krvi, mladiće i devojke sa Kosova i Metohije koji žive u bezbednosnim enklavama kao i mnoge druge malo poznate mlade heroje, ovogodišnji EXIT je želeo da utiče i na fomiranje drugačijeg sistema vrednosti. Onog, u kojem se ceni humanost, vredan rad, etika, lična inicijativa, ideje, preduzetništvo i pre svega permanentno obrazovanje.

Predstvaljajući "individualnu kreativnost, veštinu i talenat sa potencijalom za bogatstvo i stvaranje novih radnih mesta za buduće generacije" EXIT je potvrdio sebe kao centar kreativnih industrija i omladinskog turizma regiona. Youth fair, regionalni sajam omladinskog turizma, CEETEP konferencija, najveći projekat regionalne razmene talenata, iskustava i znanja u

oblasti muzičke industrije, SAE radionice na temu kreativnih industrija, Azalai muzički karavan, kao i tribina na temu „kreativne industrije kao faktor razvoja kreativnih gradova“ samo je deo onoga što je State of EXIT ove godine ponudio u okviru teme regionalnog povezivanja kroz kreativne industrije. U vremenu otuđenosti, apatije i ravnodušnosti za druge, EXIT je ove godine ponudio sve nasuprot tome, jer Petrovaradinska tvrđava je bila mesto susreta, divljenja, ljubavi, radosti, ali i nade da takav život nije fikcija već realnost za koju svi zajedno treba da se izborimo. State of EXIT će, u skladu sa svojom misijom, i dalje nastaviti svoj društveni angažman, kako bi ta realnost postala svakodnevnica budućih generacija.

EXIT R:EVOLUCIJA se nastavlja...

Jelena Galetin, PR